

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
WORD OF MOUTH BENGKEL KELUD MOTOR  
KEDIRI

SKRIPSI



Diajukan Oleh

Abraham Kristanto Andreas  
0812010044/ FE / EM

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2012

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
WORD OF MOUTH BENGKEL KELUD MOTOR  
KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh

Abraham Kristanto Andreas  
0812010044/ FE / EM

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2012

## KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunianya-Nya, sehingga penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Word Of Mouth Bengkel Kelud Motor Kediri”, dapat penulis selesaikan dengan baik.

Skripsi ini merupakan syarat untuk menyusun mendapatkan gelar sarjana program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan yang baik ini, perkenankan penulis dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati untuk menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu guna mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis dengan rasa hormat yang mendalam mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Rahman Amrulloh Suwaidi, MS., selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Ibu Dra. Ec. Malicha., selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan, meluangkan waktu dan memberikan bimbingan guna membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendidik penulis selama menjadi mahasiswa.
7. Ucapan terima kasih kepada keluargaku, bapak dan ibu serta saudara yang senantiasa memberikan do’a dan dukungan baik moral maupun materiil dengan tulus ikhlas.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam melakukan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa isi dan cara penyajian skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran sangat penulis harapkan guna meningkatkan mutu dari penulisan skripsi ini. Penulis juga berharap, penulisan skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mendalaminya dimasa yang akan datang.

Surabaya, Mei 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
ABSTRAKSI .....	ix
Bab I Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
Bab II Tinjauan Pustaka	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Landasan Teori .....	8
2.2.1. Pemasaran .....	8
2.2.1.1. Definisi Pemasaran .....	8
2.2.1.2. Tujuan Pemasaran .....	10
2.2.1.3. Konsep Pemasaran .....	11
2.2.1.4. Strategi Pemasaran .....	11
2.2.2. Kepuasan Konsumen .....	12
2.2.2.1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	12
2.2.2.2. Strategi Kepuasan Konsumen .....	14
2.2.2.3. Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	15
2.2.2.4. Atribut Kepuasan Konsumen .....	18

2.2.3. Perilaku WOM (Word-of-mouth communication) .....	20
2.2.3.1. Pengertian Perilaku WOM (Word-of-mouth communication) .....	20
2.2.3.2. Proses WOM (Word-of-mouth communication) .....	22
2.2.3.3. Manfaat WOM (Word-of-mouth communication) .....	24
2.2.4. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Perilaku WOM ....	24
2.3. Kerangka Konseptual .....	26
2.4. Hipotesis .....	26

### Bab III Metode Penelitian

3.1. Definisi Operasional .....	27
3.1.1. Definisi Operasional Variabel .....	27
3.1.2. Pengukuran Variabel .....	29
3.2. Teknik Penentuan Sampel .....	30
3.2.1. Populasi .....	30
3.2.2. Sampel .....	30
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.3.1. Jenis Data .....	31
3.3.2. Sumber Data .....	31
3.3.3. Pengumpulan Data .....	31
3.4. Uji Kualitas Data .....	32
3.4.1. Uji Outlier Univariat dan Multivariat .....	32
3.4.1.1. Uji Outlier Univariat .....	32
3.4.1.2. Uji Outlier Multivariate .....	32
3.4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	33
3.4.3. Uji Normalitas Data .....	33

3.5. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	34
3.6. Asumsi Model .....	35
3.6.1. Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kausal .....	37
3.6.2. Pengujian model dengan Two-Step Approach .....	37
3.6.3. Evaluasi Model .....	38
 Bab IV Hasil dan Pembahasan	
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	43
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	43
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	45
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian .....	45
4.2.1. Gambaran Umum Keadaan Responden .....	45
4.2.2. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen .....	47
4.2.3. Deskripsi Variabel Word Of Mouth .....	51
4.3. Deskripsi Hasil Analisis dan Uji Hipotesis .....	53
4.3.1. Uji Normalitas dan Sebaran Linderitas .....	53
4.3.2. Evaluasi atas Outlier .....	54
4.3.3. Deteksi Multicollinierity dan Singularity .....	55
4.3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	55
4.3.5. Pengujian Model Dengan One-Step Approach .....	59
4.3.6. Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kausal .....	61
4.4. Pembahasan .....	64

## Bab V Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan ..... 65

5.2. Saran ..... 65

## Daftar Pustaka

## Lampiran



## Daftar Tabel

Tabel 1.1	Jumlah Konsumen Bengkel Kelud Motor Selama 6 Bulan Terakhir .....	4
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	46
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Pekerjaan .....	47
Tabel 4.5	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Attribute related to Product.....	48
Tabel 4.6	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Attribute related to Service .....	49
Tabel 4.7	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Attribute related to Purchase .....	50
Tabel 4.8	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Variabel Word Of Mouth .....	52
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Outlier Multivariate .....	54
Tabel 4.11	Faktor Loading dan Konstruk dengan Confirmatory Factor Analysis .....	56
Tabel 4.12	Pengujian Reliability Consistency Internal .....	57
Tabel 4.13	Construct Reliability & Variance Extrated .....	58
Tabel 4.14	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Based Model .....	60
Tabel 4.15	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Modification .....	61

## Daftar Gambar

Gambar 2.1	Model Komunikasi WOM .....	26
Gambar 3.1	Contoh Model Pengukuran Variabel kepuasan konsumen .....	34
Gambar 4.1	Model Pengukuran dan Struktural One Step Apporach Based Model .....	59
Gambar 4.2	Model Pengukuran dan Struktural One Step Apporach Based Model .....	60

# PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP WORD OF MOUTH BENGKEL KELUD MOTOR KEDIRI

Abraham Kristanto Andreas

## ABSTRAKSI

Salah satu faktor yang harus dipertahankan oleh sebuah perusahaan khususnya perusahaan jasa adalah kepuasan konsumen. Produsen berharap bahwa kepuasan konsumen menciptakan perilaku pelanggan yang dapat membantu perusahaan menciptakan komunikasi yang lebih efektif. Sebagai contoh, kepuasan konsumen akan membentuk WoM yang positif bagi perusahaan hal ini dapat mengurangi biaya perusahaan untuk menarik konsumen baru. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap Word Of Mouth.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (X), dan Word Of Mouth (Y). Skala dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna produk atau jasa Bengkel Kelud Motor yang berjumlah 110 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modelling (SEM).

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap word of mouth, dimana semakin konsumen merasa puas maka semakin besar pula word of mouth yang disampaikan terhadap Bengkel Kelud Motor Kediri.

keyword : kepuasan konsumen, word of mouth

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada dewasa ini, persaingan dunia bisnis semakin ketat dengan ditandai oleh banyaknya perusahaan-perusahaan yang bermunculan yang bergerak dalam jenis usaha yang sama. Perusahaan-perusahaan tersebut saling berlomba dalam merebut pangsa pasar agar dapat mempertahankan konsumennya dan tidak agar tidak berpaling ke pengguna jasa yang sama dari perusahaan yang berbeda.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa, harus dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen karena yang ditawarkan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Kegiatan jasa tidaklah terlepas dari produsen dan konsumen itu sendiri. Jasa yang diberikan oleh produsen kepada konsumen akan bermanfaat apabila dapat sampai kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat, sebagai konsumen, tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dengan berkembangnya ekonomi, teknologi dan daya pikir masyarakat, konsumen pasti menyadari bahwa diri ini mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik serta biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan yang diharapkan, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut harus diiringi oleh tingkat kepuasan.

Salah satu faktor yang harus dipertahankan oleh sebuah perusahaan khususnya perusahaan jasa adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menurut Kotler (2000) perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan disebabkan

karena adanya interaksi antara harapan dan kenyataan. Sebaliknya apa yang diterima konsumen sebaik yang diharapkan adalah faktor yang menentukan kepuasan. Jadi harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabat, serta janji dan informasi pemasar dan pesaing. Konsumen yang puas akan setia lebih lama tanpa memikirkan harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan.

Produsen berharap bahwa kepuasan konsumen menciptakan perilaku pelanggan yang dapat membantu perusahaan menciptakan komunikasi yang lebih efektif. Sebagai contoh, kepuasan konsumen akan membentuk WoM yang positif bagi perusahaan (Brown et al, 1997; Szymanski dan Henard 2001, dalam Luo dan Hamburg, 2007). Hal ini dapat mengurangi biaya perusahaan untuk menarik konsumen baru. Dengan kata lain, biaya pemasaran untuk menarik konsumen baru dapat ditekan dengan semakin tingginya kepuasan (Luo dan Hamburg, 2007).

Word Of Mouth pada dasarnya adalah pesan tentang produk atau jasa suatu perusahaan, ataupun tentang perusahaan itu sendiri, dalam bentuk komentar tentang kinerja produk, keramahan, kejujuran, kecepatan pelayanan dan hal lainnya yang dirasakan dan dialami oleh seseorang yang disampaikan kepada orang lain. Pesan yang disampaikan dapat berbentuk pesan yang sifatnya positif maupun negatif bergantung pada apa yang dirasakan oleh si pemberi pesan tersebut atas jasa yang ia konsumsi (Erida, 2009).

Kepuasan konsumen, dengan 'level of satisfaction' yang berbeda akan memberikan pengaruh yang berbeda pada perilaku word-of-mouth. Anderson (1998) dalam Erida (2009) menyimpulkan bahwa konsumen yang sangat puas atas jasa yang mereka konsumsi akan melakukan WOM positif tinggi dan sebaliknya konsumen yang tidak puas akan melakukan WOM negatif.

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan objek Bengkel Kelud Motor Kediri, Kelud Motor merupakan sebuah bengkel yang berada di Jalan Kelud No 246 Kediri.

Kelud Motor telah berdiri sejak 10 tahun yang lalu sekitar pertengahan tahun 2002. Bengkel Kelud Motor melayani modifikasi servis mobil, motor, penjualan spare part dan melayani modifikasi mesin mobil offroad, kelud motor juga melayani konsumen yang ingin mengganti atau memperbaiki warna (mengecat). Kelud Motor memiliki motto ” Kami Utamakan Kualitas” . Visi dari Bengkel Kelud Motor Kediri adalah menjadi bengkel independent berskala nasional terdepan dengan berbasis teknologi modern yang mengikuti trend pasar dan perkembangan jaman, pelayanan yang ramah dan profesional, serta mengutamakan kepuasan konsumen sedangkan Misi dari bengkel kelud Motor Kediri adalah memenuhi kebutuhan pasar akan pelayanan yang professional, ramah dan memuaskan, beserta produk yang prima dan berkualitas dalam bidang jasa otomotif.

Hasil observasi singkat peneliti pada Bengkel Kelud Motor Kediri didapatkan permasalahan yang berkaitan dengan jumlah pengguna produk atau jasa yang menggunakan layanan bengkel kelud motor

Tabel 1.1  
Jumlah Pengguna Produk dan Jasa Bengkel Kelud Motor  
Kediri Selama 6 Bulan Terakhir

No	Tahun	Bulan	Konsumen (Orang)
1	2011	Agustus	1118
2		September	1034
3		Oktober	1096
4		November	1009
5		Desember	997
6	2012	Januari	987

Sumber : Data Internal Bengkel Kelud Motor Kediri

Data tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pengguna produk atau jasa Bengkel Kelud Motor mengalami penurunan selama 6 bulan terakhir. Seperti yang diketahui aktifitas jasa yang ditawarkan Bengkel Kelud Motor tidak hanya melakukan perawatan berkala seperti ganti oli dan tune up namun juga menerima modifikasi kendaraan.

Terjadinya penurunan jumlah pengguna produk atau jasa mengindikasikan bahwa adanya WOM Negatif Bengkel Kelud Motor.

Kemungkinan atau diduga hal ini dipengaruhi oleh kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap WOM terlihat dari jumlah komplain Bengkel Kelud Motor selama 6 bulan terakhir.

Tabel 1.2  
Jumlah Komplain Bengkel Kelud Motor Selama 6 Bulan Terakhir

No	Tahun	Bulan	Komplain	Bentuk Komplain
1	2011	Agustus	6 Komplain	Pengerjaan service yang kurang baik, kualitas spare part yang dijual kurang baik, pengerjaan modif yang kurang rapi
2		September	6 Komplain	Pesanan barang terlambat, pengerjaan modif yang kurang rapi, proses penggantian spare part kurang memuaskan, barang yang dipesan tidak ada
3		Oktober	7 Komplain	Pesanan barang terlambat, pengerjaan service yang kurang baik, kualitas spare part yang dijual kurang baik, pengerjaan modif yang kurang rapi, proses penggantian spare part kurang memuaskan, karyawan tidak ramah, barang yang dipesan tidak ada
4		November	8 Komplain	Pengerjaan modif yang kurang rapi, Pesanan barang terlambat, pengerjaan service yang kurang baik, kualitas spare part yang dijual kurang baik, pengerjaan modif yang kurang rapi, proses penggantian spare part kurang memuaskan
5		Desember	9 Komplain	Pesanan barang terlambat, pengerjaan service yang kurang baik, kualitas spare part yang dijual kurang baik, pengerjaan modif yang kurang rapi, proses penggantian spare part kurang memuaskan, karyawan tidak ramah, barang yang dipesan tidak ada, Pengerjaan tidak tepat waktu, spare part tidak sesuai dengan pesanan
6	2012	Januari	9 Komplain	Pengerjaan tidak tepat waktu, spare part tidak sesuai dengan pesanan, pesanan barang terlambat, pengerjaan service yang kurang baik, kualitas spare part yang dijual kurang baik, pengerjaan modif yang kurang rapi, proses pengecatan kurang rapih, karyawan tidak ramah, barang yang dipesan tidak ada

Sumber : Data Internal Perusahaan

Berdasarkan data tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah komplain pada Bengkel Kelud Motor mengalami peningkatan selama 6 bulan terakhir dimana pada bulan Agustus tahun 2011 jumlah komplain sebanyak 6 komplain menjadi 9 komplain pada bulan Januari 2012. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti komplain pelanggan tersebut disebabkan oleh banyak hal seperti waktu pengerjaan yang terlambat dari perjanjian awal, pengerjaan service yang kurang baik atau pengerjaan modifikasi mobil dan motor yang kurang rapi

Dari permasalahan diatas maka penelti mengambil judul dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Word Of Mouth Bengkel Kelud Motor Kediri.

#### 1.2. Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah kepuasan konsumen Berpengaruh Terhadap Word Of Mouth Bengkel Kelud Motor Kediri?”

#### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah “Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen Terhadap Word Of Mouth Bengkel Kelud Motor Kediri”

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian diatas maka manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk kepentingan perusahaan adalah sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan dalam menyusun suatu sistem manajemen yang baik pada mutu layanan yang diberikan agar mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen.